

TARTU ÜLIKOOLI VILJANDI KULTUURIAKADEEMIA

Kultuurhariduse osakond

Kultuurikorralduse õppekava

Gea Melin

FELLINI KOHVIKU KULTUURIPROGRAMM

PERIOODIL VEEBRUAR-APRILL 2013

Lõputöö

Juhendaja: Kristiina Alliksaar, MA

Kaitsmisele lubatud:

Viljandi 2013

SISUKORD

SISSEJUHATUS	3
1. ÜLEVAADE ORGANISATSIOONIST	4
1.1. Kohvikukultuuri ajalugu	4
1.2. Eesmärgid	6
1.3. Sihtgrupp	7
1.4. Meeskond	8
1.5. Fellini kohviku kultuuriprogramm	9
1.6. Koostööpartnerid	10
1.7. Programmi valik	11
1.8. Fellini kohviku eelarve seotus kultuuriprogrammiga	11
1.8. Kultuurisituatsioon ja tegevuse vajalikkus	13
2. KORRALDUSTÖÖ ANALÜÜS	16
2.1. Ülevaade Fellini kohviku kultuuriprogrammist ajavahemikus veebruar 2013 - aprill 2013	16
2.2. Meeskond, koostöö ja tegevuste kirjeldus	16
2.3. Turundus- ja reklaamtegevus	17
2.5. Eelarve ja selle täitmine	19
2.6. Külastatavus	20
2.7. Kohvikutegevuse ja kultuuriprogrammi majanduslik seos	21
3. ENESEREFLEKTSIOON	23
3.1. Korraldustöö ladusus	23
3.2. Tulevikuvisionid korraldajana	25
KOKKUVÕTE	26
KASUTATUD KIRJANDUS	27
LISAD	28
LISA 1: Fellini kultuuriprogramm ajavahemikus veebruar-aprill 2013	28
LISA 2: Kultuuriprogrammi plakati- ja kavanäide	30
LISA 3: Kultuurisündmuste kolme kuu eelarve	32
SUMMARY	33

SISSEJUHATUS

Oma lõputööks valisin Fellini kohviku kultuuriprogrammi koostamise ja läbiviimise kolme kuu vältel. Valik sai tehtud mitmel põhjusel. Esiteks, et huvi kohviku ja kultuuri ühendamise vastu on olnud juba ammu unistus, teisalt, et siiani on selline kooslus Viljandi linna kultuurielust puudunud. Kuna kohvik on avatud alles detsembrist 2012, siis oli selle loomine ja kultuuriprogrammi väljatöötamine huvitav ning erialaga tihedalt seotud kogemus, mis oli hea võimalus end erialaselt väljendada ning arendada.

Töö esimeses peatükis kirjeldan ettevõtte kujunemist, selle seotust kultuuriprogrammiga ning kohvikukultuuri ajalugu, mis on Fellini kohviku algmõtteks kultuuri ja kohviku ühendamisel. Samuti kirjeldan eemärke, sihtgruppi, organisatsiooni alustalasid. Ära on toodud hetkeline kultuurisituatsioon ning kultuuriprogrammiga kaasnev sotsiaal-majanduslik mõju. Töö teises peatükis kirjeldan programmi ning sellega seonduvat korraldustööd, samuti annan ülevaate turundustegevusest, analüüsin eelarvet, meeskonda ning külastatavust. Oma töö viimases peatükis analüüsin enda kui programmijuhi töö korraldamise ladusust, kordaminekuid, tugevaid ning nõrku külgi. Samuti toon välja aspektid, millele tulevikus korraldajana tähelepanu pöörata. Analüüsin probleemsituatsioone, mis kultuuriprogrammi koostamise ning läbiviimise ajal ette tulid.

Kultuurikorralduse eriala on andnud võimaluse ühendada kultuur ja ettevõtlus, samas jätmata piiritlemata valdkonnad, kus need kaks omavahel kohtuda võiksid. Seetõttu olen leidnud oma huvid ühendades tee kohvikukultuuri juurde, mida edendades saan rakendada kultuurikorralduse erialal omandatud teadmisi alates projektide kirjutamisest ja turundustegevuse planeerimisest juhtimisökonoomika ja strateegilise planeerimiseni välja. Samas annab kohvikus tegutsemine võimaluse mõelda julgelt, tegutseda loovalt ja iseseisvalt ning luua ümbruskonda enda ja teiste jaoks väärtuslikumaks paigaks.

1. ÜLEVAADE ORGANISATSIOONIST

Fellini Kohvik OÜ on Viljandi südalinnas tegutsev toitlustusettevõtte, mis asutati augustis 2012. aastal ning avas oma ukse sama aastanumbri sees detsembris. Kultuurielu pakkumisega alustati veebruaris 2013. aastal. Kohviku asutajaks ja eestvedajaks on omaniku ja tegevjuhina tegutsev Merit Berzin. Samuti olen mina, hetkel küll programmijuhina tegutsev, olnud juures alates kohviku idee loomisest saati ning aidanud kaasa kohviku asutamisel ja kujunemisel. Oluliseks oleme juba algusest pidanud luua kohvikus meeldivat kooslust heast atmosfäärist, meeldivatest tegevustest lisaks puhtale ja värsketele toidule ja kohvi- ning teejookidele, sellega arendada kohvikukultuuri nii Viljandis kui ka laiemalt.

1.1. Kohvikukultuuri ajalugu

Et täpsemalt kohvikukultuuri mõistet selgitada, on oluline tagasi pöörduda ajalukku ning vaadelda, kus ning miks kohvikud on tekkinud. Kui kasutame mõistet *puhas kohvikustiil* ning *kohvikukultuuri edendamine*, siis ei saa mööda minna algsetest põhjustest, miks üks kohvik keset Viljandi linna on võtnud oluliseks kohviku ning kultuuri ühendamise.

Esimesed kohvimajad tekkisid Mekas. Kohvikutes tegeleti pigem vaimse poole harimise kui instinktiivsete tegevustega. Pigem räägiti kui tantsiti, mängiti pigem malet kui hasartmänge, pigem kuulati muusikat kui lauldi ise. Kohvik oli avatud pigem tänava poole sel ajal kui baarid ja saluunid peitusid keldritesse, et kaitsta purjus inimest kaine ja töise maailma sissetungi eest. Türklased nimetasid oma kohvikuid „tarkade koolideks“, inglased aga kutsusid kohvikuid „ühe penni ülikoolideks“. (Coffeetea info kohvikukultuurist, 2013)

Valdeko Vende raamatust „Tallinna kohvikud“ saame teada, et kohv ja kohvimajad hakkasid Euroopasse jõudma 17. saj keskel. Esmajoones tekkisid kohvikud sadamalinnadesse: Pariisis 1643 a, Veneetsias 1645 a, Londonis 1652 a, Marseille's 1654 a jne. 19. sajandi Viinis, kus

tõeline Euroopa kohvikukultuur tekkis ja tuntuks sai, pakuti tõelistes söögikohtades ainult kohvi ja šokolaadi. Algul tähendas kohvik kohta, kus inimesed käisid koos, et kohvi juua, suhelda ja tutvuda viimaste kuumade uudistega.

Mõned kuupäevad seoses Eesti kohvikukultuuri algusega (Koppel, 2002):

1697 a – keegi Kehrwieideri nimeline pidas kohvikut Narvas;

1702 a – esimene kohvik Tallinnas;

1789 a – vanim siianitöötav kohvik Maiasmokk Tallinnas.

Aastatel 1918-1925 oli eestipärane kohviku- ja restoranikultuur alles kujunemisjärgus. Varem olid kohvikute, restoranide ja hotellide omanikud enamasti välismaalased, peaaesjalikult baltisakslased, aga tol ajal hakkasid eestlased neid üle võtma ja nad polnud välismaalastest sugugi vähem edukad. Mingil määral meenutab see aeg 1990. aastaid, mil enamik inimesi olid suhteliselt vaesed ja neil polnud võimalust restoranis käia, samal ajal leidis aga restoranikülastajaid, kellel võis ühe õhtu jaoks taskus olla kaks tavalise tööinimese kuupalka, mille nad olid ilmselt teeninud sõja ajal spekulatsioonides ja hämarat äri ajades.

Teise perioodi langes ülemaailmne majanduskriis (1929-1933), milles said kannatada ka Tallinna kohvikud ja restoranid. Maksud osutusid kõrgeks, mitmed lokaalid lõpetasid tegevuse või vahetasid omanikku. Ka jäi sellesse aega 1928. aasta rahareform. Samal aastal hakati restorane klassidesse jagama, vastavalt siis esimesse, teise ja kolmandasse. Järjest rohkem lokaale said alkoholi müügi loa. Ilmselt oli selle taga taotlus majanduslikku olukorda parandada.

Kolmas periood oli aga Tallinna restoranide õitseae. Majanduskriisist hakati üle saama. Nii leidis rahvast, kelle majanduslik olukord võimaldas restorane külastada. Sündisid öörestoranid. Peale lokaalide hakati parandama ka seni kehvast seisusest olnud Tallinna hotellide olukorda. Asutati kultuurikohvikuid, kus olid püsiklientideks kultuuritegelased. Selle aja märksõnadeks olid tants, elav muusika ja külalisesinejad välismaalt. Kahjuks lõpetas õitseaja 1940. aasta okupatsioon ning suurema osa restoranide ja hotellide natsionaliseerimine. Kui Vene ajal olid Eestis veel kohvikutes odavad saiad ja koogid, siis turumajanduse saabumisega hinnad kallinesid ning kohvikukultuur taandus. (Hovi 2003)

Kohvik on ajaloos olnud koht suhtlemiseks, kohvi joomiseks ja teabevahetuseks. Fellini kohvikul on oluline roll suhtlemisel ja teabevahetusel. Seda siis läbi muusika, luule ja toiduteemaliste vestluste. Kui türklased nimetasid oma kohvikuid „tarkade koolideks“ ning inglased „ühe penni ülikoolideks“, siis Fellini kohvikul on kliendi harimisel samuti oma roll.

Tänapäeval on kohviku, restorani ja baari mõisted segunenud. Kohvikut aetakse tihtipeale segi ükskõik millise söögikohaga. Fellini kohvikus ei ole esikohal söök kui kõhutäide, vaid kohvikuelamus, mis sisaldab endas meeldivat atmosfääri hea sisekujunduse ja muusikaga. Söögile on rõhku pandud sel määral, et see on vahelduv, kvaliteetne ja maitsev. Kuna kohv (kohvikute ”rahvusjook”) kutsub mõtlema, siis on kohvikus peale söömise ja joomise võimalik lugeda ka raamatuid, mängida lauamänge, kuulata muusikat, arutleda seintel olevate maalide ja fotode üle, nautida luulet ning rääkida kaasa erinevatel teemadel kultuurivaldkonnas ja toitu puudutavatel teemadel.

1.2. Eesmärgid

Kohviku **eesmärgiks** on pakkuda Viljandi linna elanikele ja külalistele kohvikuelamust, kus kohtuvad võimalikult maksimaalselt puhtast ja värskest toorainest valmistatud söögid ja joogid, hubane ja õdus interjäär ning lisaväärtuse toov kultuuriprogramm (koosneb luule- ja muusikaõhtutest, vestlusringidest, õpitubadest, maitseelamusõhtutest ja mitmesugustest esinemistest).

Lähtuvalt eesmärgist on kohvik lähtunud missiooni sõnastamisel kohviku põhieesmärgist ja eksisteerimise olulisimast mõttest. Vihalem kirjeldab, et missiooni formuleerimisel tuleb fikseerida tegevused ja tulemused (lk 24-25, 2003). Fellini kohvik on selle sõnastanud järgmiselt: **missiooniks** on pakkuda külastajale meeldivat kohvikuelamust, edendades sellega Viljandi kohvikukultuuri. Sõnastuse formuleerimisel on järgitud, et see oleks loodav koostöö ja mõttevahetusena, ühelauseline, meeldejääv, õilistav ja ülla eesmärgi nimel kutsuv, tarbijatunnetust sisaldav ning äriideele vihjav (Vihalem, lk 26, 2003). Visiooni puhul on Vihalem määranud ära kaks olulist koostisosa, milleks on firma põhiideoloogia ning elav tulevikunägemus (lk 24-25, 2003). Sellest tulenevalt on Fellini kohvik sõnastanud visiooni

järgmiselt: kohviku **visiooniks** on saavutada tuntus Viljandi linnas ning olla teatud kui kvaliteetne ja hubane kohvik ka väljaspool Viljandit.

Kohviku **finantseesmärgiks** on kasumliku ettevõtte loomine. Strateegilisteks eesmärkideks on pakkuda klientidele kohvikuelamust, hoides nende seas kindlat reputatsiooni, kindlat positsiooni harus tänu teenuste kvaliteedile ja spetsiifilisusele. Samuti on strateegiliseks eesmärgiks luua konkurentsieelis kvaliteetse ja puhta kohvikustiiliga. Kohviku üheks kaugemaks eesmärgiks on edendada Viljandi kohvikukultuuri ning olla inspireerivaks heade mõtete paigaks, samuti saavutada 100% tooraine olemasolu toodetes. (Fellini Kohvik OÜ äriplaan... 2012)

1.3. Sihtgrupp

Fellini kohviku kultuurisündmuste turusegmendi võib jaotada kolmeks:

- keskmisest suurema muusika- ja kultuurihuviga kliendid vanuses 30-60 aastat, kes on samuti teadlikud ja huvitatud tervislikust toitumisest ning maitsevatest toiduelamustest;
- keskmisest suurema muusika- ja kultuurihuviga kliendid, kellel on isiklik seotus mõne kultuurivaldkonnaga, sh TÜ Viljandi kultuuriakadeemia muusikud, näitlejad, tantsijad, kirjanikud ja kultuurikorraldajad;
- kohviku külastajad, peamiselt Viljandi elanikud ja külalised, kes soovivad õhtuti kohvikus seltskonnaga aega veeta, nad ei ole otseselt huvitatud konkreetsest sündmusest, kuid tekitatud õhkkond ja kultuurne üllatus õhtusöögi ajal loob lisandväärtust ning paneb neid ikka ja jälle tagasi tulema. Samuti valivad nad oma õhtusöögi just sellele päevale, kus nende sõnul "midagi toimub".

S. Salla ütleb, et sihtgrupp on inimrühm, kellele projekti tulemus on suunatud ning kes seda kasutama hakkab (lk 26, 2004). Sihtgruppi peab hästi tundma, peab teadma, mida ta vajab ja tahab, mis teda huvitab, ning kui see on selge, siis on kaasamiseks vaja vaid teavitustööd. Samuti mainib ta, et sihtgruppi tuleks piiritleda ka teiste projekti jaoks oluliste tunnuste alusel, näiteks iga, rahvus, sugu, haridustase, institutsionaalne kuuluvus, huvid jms. (Salla, lk 22, 2004)

Fellini kohviku kultuuriprogrammi peamist sihtgruppi võib defineerida järgmiselt: keskmisest suurema muusika- ja kultuurihuviga kliendid Viljandist ja selle ümbrusest vanuses 30-60 aastat, kes on samuti teadlikud ja huvitatud tervislikust toitumisest ning maitstvatest toiduelamustest. Fellini kohvik informeerib oma peamist sihtgruppi, **keskmisest suurema muusika-, kultuuri- ja toidukultuurihuviga klienti** läbi maakonnalehe Sakala, samuti linnastendide kaudu ja erinevate internetikanalite kaudu, mis on suunatud vastavalt sündmusele just sellele sihtgrupile.

Teisele sihtgrupile, kelleks on **kultuuri- ja muusikahuvilised veidi nooremad kliendid**, liigub info peamiselt läbi sotsiaalmeediavõrgustike ning Internetilistide. Samuti on olulised stendid kultuuriinstitutsioonides.

Kolmas sihtgrupp, kelleks on **juhuslikud kohvikukülastajad** ehk **Viljandi linna elanikud ja külalised**, saab infot otse kohvikustendilt, samuti on teenindajad kuu sündmustest informeeritud ning broneerimisel või sündmusega samal päeval kohvikut külastades saavad kliendid teavitatud õhtul toimuvast.

Peamine rõhk on asetatud aastaringselt kultuuri- ja toiduhuvilisele kliendile, kuna teda kutsuvad kohvikusse samad kriteeriumid, mis lihtsalt kultuurihuvilisi ning turiste ja külalisi. Talle pakutakse kultuuriprogrammi, töötube, informatsiooni ning kvaliteetset toitu. Samuti on kultuuri- ja toiduhuvilise kliendi teavitamise kanalid kattuvad lihtsalt kultuurihuvilise teavituskanalitega. Eraldi on turundus suvehooajal plaanis suunata välituristidele (NOTAFE, Viljandi vanamuusikapäevad, Rock Ramp, FOLK ja teised Viljandi rahvarohked suvesündmused), kellele on teavituskanalid pisut teistsugused ning nendele pakutavad teenused kompaktsemad ning teistmoodi organiseeritud (flaier-postkaardid sündmustel kohapeal ning väikesemad soodustused).

1.4. Meeskond

Kohviku eestvedajateks on selle omanik Merit Berzin ja mina kui hetkel töötav programmijuht. Koos on tegutsetud alates kohviku idee loomisest kuni tänase päevani välja. Kohvikus on hetkel 18 töötajat. Meeskond on jaotunud köögi, kontori ja saali vahel. Kööki juhib peakokk, kontoritegevust majandus- ja tegevjuht ning saali teenindusjuht. Kultuuriprogrammi eest

vastutab programmi juht. Kohvikus on oluline, et kõik töötajad annaksid kohvikule lisaväärtust ning ei tunneks ennast marionettidena juhi käe all. Fellini kohvikus on oluline, et kõik saaksid kasutada oma parimaid külgi ning oskuseid. Selleks viiakse läbi erinevaid koolitusi ning haritakse erialaselt nii kokkasid, juhte kui ka teenindajaid. Lisaks toimuvad kord kuus meeskonnale mõeldud sündmused, mis lähendavad ning annavad inspiratsiooni uutele ideedele. Kohvikut võiks iseloomustada *autentizootilise* organisatsioonina, kus keskmes on inimene ja tema vajadused. Kets de Vriesi järgi iseloomustavad *autentizootilist* organisatsiooni järgmised tunnused (lk 258, 2003):

- kokkukuuluvustunne;
- tunne, et töö on oluline nii isikule kui ka ühiskonnale;
- suur selektiivsus töötajate valikul;
- keskendumine koolitusele ja arengule;
- juhtide kättesaadavus;
- orientatsioon inimestele;
- lõbus ja nauditav töö;
- turvaline ja hooliv keskkond;
- omanikutunne ja eneseusaldus;
- lameda hierarhiaga struktuur ning väikesed üksused;
- arvepidamine.

1.5. Fellini kohviku kultuuriprogramm

Fellini kohviku asutamisel oli eesmärgiks mitte luua pelgalt söögikohta, vaid paika, kus kohtuvad kohvikuhõng ja kultuur. Pärast Fellini kohviku avamist alustas kultuuriprogramm veebruaris 2013. Veebruarist aprillini on kohvikus toimunud 23 erinevat sündmust nii muusika, kirjanduse, toidukultuuri edendamise kui ka semiootika vallas.

Veebruarist aprillini on kohvikus toimunud 17 kontserti, mõned neist segatud tantsu ja teatri ja kirjandusega. Aset on leidnud kaks luulekohtumise õhtut ning üks maitseelamusõhtu tippkokaga, lisaks muusikaline mälumäng ja semiosalongid. Kontsertide külastatavus on enamasti olnud maksimumilähedane (kohviku siseruumid mahutavad 55 istekohta) ning sündmused on oodatud ja hinnatud külastajate poolt. Seda on näidanud positiivne suuline ja kirjalik tagasiside pärast

muusika- ja maitseelamusõhtuid ning näituste külastamist. Mõnel korral on tulnud leppida ka väikese täituvusega. Kuna mahutatavus on väike, siis seda enam on olnud oluline leida tasakaal, kus säiliks hubasus, intiimsus ning miljöö, kus muusika ei segaks toitu ning vastupidi.

Lisaks regulaarsele kultuuriprogrammile on kohvikus erinevad foto- ja maalinäitused, kus peamiselt on eksponeeritud Viljandimaal elavate kunstnike tööd. Samuti on sirvimiseks ja lugemiseks raamatud Viljandi linna autoritelt, aga ka väljaspoolt. Igapäevaselt on klientidele lugemiseks kohalik ajaleht ning Maaleht, lisaks erinevad ajakirjad. Ka on kasutamiseks erinevad lauamängud, mida kliendid enne toitu või kohvi ja kakao kõrvale mängida saavad.

1.6. Koostööpartnerid

Seni on olnud olulisimaks koostööpartneriks Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia, mille tudengid ja õppejõud on korduvalt abistanud ning kaasa teinud erinevates sündmustes. Samuti on tugevnemas koostöö Ugalaga, kus eelnevalt noored näitlejad on abiks olnud nii turunduse kui ka kaasategemise poolelt ja juba suve hakul seoses suvelavastuse välja tulemisega ilmub kohvikus selleteemaline näitus ning augustist algab ühiste pakettide müük. Veel tehakse koostööd Eesti Semiootika Seltsiga, kes igal kuul toob kohvikusse ühe lektori vestlemaks semiootikateemadel. Lisaks on oma kätte alla pannud Viljandi Muusikakool, kes on andnud innustust, inspiratsiooni ning abi luulekohtumiste sarja muusikalisele poolele.

Samuti on oluliseks osaks koostöömaastikul saamas Eesti Kulinaaria Instituut, kelle üheks missiooniks on tegeleda uue ja traditsioonilise Eesti ning maailma köögi säilitamise, väljatöötamise ja tutvustamise nimel (Eesti Kulinaaria Instituudi ühingust... 2013) ja kelle abiga iga kahe kuu järel külastab kohvikut keegi tippkokk, kes toob Eestile traditsionaalseid maitseid maailmaköögi võtmes lähemale ka Viljandi linna elanikele ja külalistele. Kuigi koostööpartnereid on lühikese ajaga kogunenud parasjagu, soovitakse veel tihedamat koostööd saavutada Viljandi linna ning Ugala teatriga.

Viljandi linn soosib erinevate Viljandi linna institutsioonide ja ettevõtete vahelist koostööd, (Viljandi linna arengukava 2012). Viljandi linn soosib ka mitmekesisist kultuurielu Viljandi linnas ning selle ümbruses, mis kasvataks asjatundlikke kultuurihuvilisi nii linnas kui selle ümbruses.

Samuti soovib Viljandi linn olla atraktiivseks turismipaigaks (Viljandi kultuurivaldkonna arengukava 2008) ning tänapäeval on kujunenud kohvikud kindlateks turismiobjektideks vaatamisväärsuste ja kultuurimälestiste keskel. Juunist 2013 käivitub Viljandi linna poolt algatatud projekt, kus linna külastajale on kolme linnas asuva turismiobjekti külastamine ühise piletiga, lisaks tagab pilet erinevad soodustused ka mõnedes Viljandi linna kohvikutes. Fellin on üks nendest. Samas oleks arenguruumi erinevatele koostööprojektidele palju rohkem kui seda hetkel kasutatud on. Hetkel on linna kultuurielu edasiviijad paljud eraisikud ning nende tahe linnaelu rikastada suurem kui linn ise sellega kaasa tulla suudab.

1.7. Programmi valik

Fellini kohviku kultuuriprogramm plaanib kevade ja suvega välja kujundada kindla stiiliga repertuaari ning leida suuna, mis kohvikukülastajale meeldib, kohvikusse sobib ning mis Viljandis puudu on. Kuna linnas on palju teisi kultuurisündmusi, siis on oluline sündmuste aega ja suunatust hoolikalt planeerida, kuna tegutsevad nii Pärimusmuusika Ait, Sakala keskus, Ugala teater, TÜ Viljandi Kultuuriakadeemia kui ka MuusikaSündmus selle nimel, et elanikud saaksid oma kultuurivajaduse rahuldatud.

Kuna Viljandis on veel välja kujunemata kohvikukultuur, siis on Fellini kohvik linnas ainuke, kes seda hetkel pakkuda suudab, ühendades regulaarsed muusika- ning luuleõhtud toidukultuuriga. Fellini kohviku kultuuriprogramm soovib sügisest panna rohkem rõhku toiduklubi tegevusele, mille eesmärgiks on toidukultuuri edendamine Viljandi linnas ja maakonnas. Selleks on planeeritud maitseelamusõhtud, õpitoad, loengud ja toidukursused. Samuti jäävad regulaarselt toimuma muusika- ja luuleõhtud külalistega Viljandist, Eestist ja väljaspool piiri, millele on plaanis taotleda toetust ka Kultuurkapitalilt.

1.8. Fellini kohviku eelarve seotus kultuuriprogrammiga

Eelarve on rahaliste tehingute plaan mingi perioodi hinnanguliste kulutuste ja nende finantseerimiseks vajalike vahendite kohta (Hay, lk 432, 1989). Tavalises toitlustusettevõttes on kulud tavaliselt laiahaardelised ning kõige olulisemateks kululiikideks on tooraine- ja palgakulu.

Tulud tulevad kohviku toitute ja jookide müügist. Kuna Fellini kohvik on toonud nende kõrvale ka kontserdid ning teised kultuurisündmused, siis on osa eelarvest planeeritud ka nende korraldamiseks.

Fellini kohviku kultuuriprogrammi rahastamine tuleb hetkel 100% omafinantseeringust, mida toetab piletitulu. Piletitulu aga ei kata kultuuriprogrammi kõiki kulutusi. Kultuuriprogrammi kuueelarve koosneb 2,5% kogu kohvikutegevuse eelarvest. Alates sügisest on plaanis taotleda lisatoetust ka Viljandi linnalt ning Kultuurkapitali maakonna ekspertgrupilt. Kuid selleks, et lisarahastust taotleda, on plaanis luua kohviku juurde eraldi mittetulundusühing, mille eesmärgiks saab kohvikukultuuri edendamine läbi erinevate kultuurisündmuste.

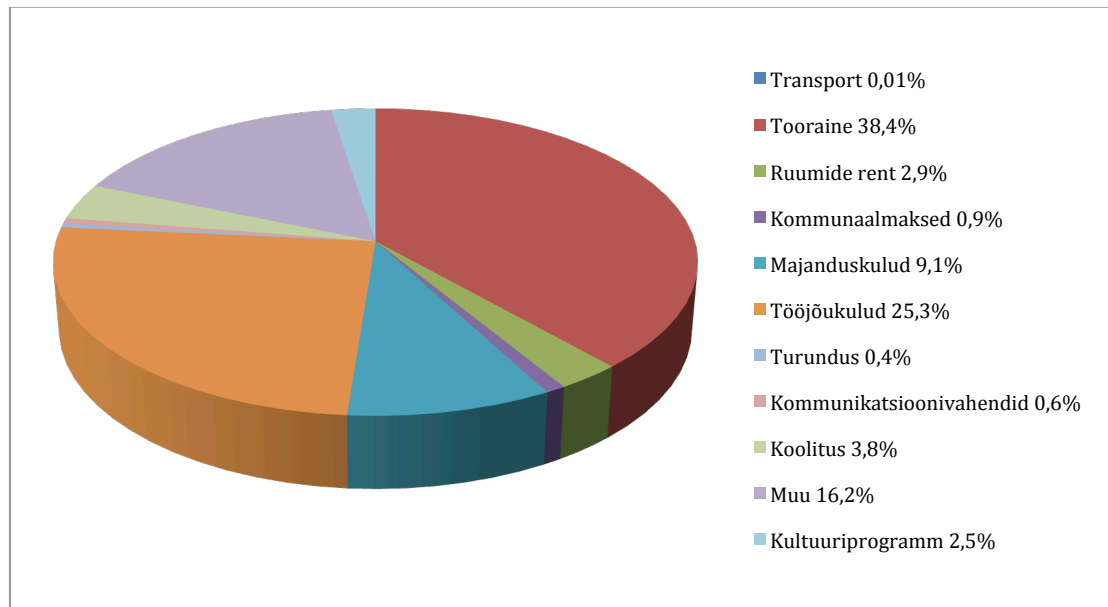
Rahaliselt toetavaid erasponsoreid hetkel kultuuriprogrammil ei ole. Küll aga on kohvikul erinevaid ettevõtetest ja eraisikutest partnereid, kes oma teenuseid ja tooteid soodsamate hindadega pakuvad. Kohvikul on oma helitehnik, kes pakub tehnika rentimisvõimalust, kujundaja, reklaamilevitajad erinevates kanalites. Kuna kohviku kultuuritegevus on oma mastaabilt väike, siis ei ole eraldi ettevõtteid, kes omakorda kultuuri regulaarselt rahastaksid.

Fellini Kohvik OÜ aastase eelarve kohaselt on 2,5% kulutustest igakuiselt suunatud kultuurisündmuste ja 0,6% üldise turundustegevuse rahastamisele. Kohviku eelarve jaotub tuludeks ja kuludeks. Ajavahemikus veebruar – aprill 2013 olid kulud keskmiselt 22 415 eurot. Joonisel 1 on kujutatud ettevõtte kulude jaotumine protsendiliselt erinevate kuluallikate vahel ühe kuu lõikes. Seal on näha, missuguse osa moodustas kultuurisündmuste kulu. Fellini tuluosa oli ühes kuus keskmiselt 25 400 eurot, millest enamus oli tulu jookide ja toitute müügist. Sellest 661,7 eurot ehk 2,6% moodustas kultuurisündmustest saadud piletitulu. (arvutatud perioodi veebruar-aprill 2013 keskmine tulu).

Fellini kohviku kulud jagunevad laias laastus järgmistesse kategooriatesse:

- 1) tooraine
- 2) tööjõukulu
- 3) ruumide rent
- 4) kommunaalmaksud
- 5) majanduskulud
- 6) turundus
- 7) kommunikatsioonivahendid

- 8) koolituskulud
- 9) kultuuriprogramm
- 10) transport
- 11) muu



Joonis 1. Kohviku kulude jaotus

1.8. Kultuurisituatsioon ja tegevuse vajalikkus

Viljandi linn on rahvaarvu poolest suuruselt kuues linn Eestis, kus 1. jaanuari 2013 a seisuga elab 18 873 inimest. 2012. aastal külastas linna 16 289 inimest, kellest eestlasi oli 9189 ja välismaalasi 7100. (Viljandi linna koduleht 2012) Kuigi linn on oma rahvaarvu poolest suhteliselt väike, on tänu kultuuriasutuste paljususele ja elanike suurele kultuurihuvile sündmuste graafik tihe. Samuti on Viljandi linnas toitlustusasutusi selle elaniku arvu kohta üllatavalt palju, s.t. 25 erinevat paika, kus einestada.

Viljandi linnas tegutseb Sakala Keskus (allüksuseks ka Kondase keskus ja Viljandi linnaraamatukogu), MTÜ Eesti Pärimusmuusika Keskus, SA Ugala teater, Viljandi Nukuteater ja Viljandi Muuseum, kes kõik on tegevad ja potentsiaalsed kultuurisündmuste korraldajad. Lisaks tegutseb Viljandi linnas hulganisti seltse ja mittetulundusühinguid, kes korraldavad suuremaid ja väiksemaid kultuurisündmuseid ning festivale. (*Ibid*, 2012) Kohvikutes pakutavat

kultuurielamust on võimalik nautida Sakala Keskuse kohvikus Harmoonia umbes kord kuus laulja või klaveri saatel ning Pärimusmuusika Aida kohvikus on toimivad pärimusmuusikute koosmusitseerimisõhtud. Elustiiliklubis Podagra aga leiavad aset iganädalased jazziklubisündmused.

Et kirjeldada lähemalt Fellini kultuuriprogrammi vajalikkust, peame viitama eesmärgile edendada kohviku – ja toidukultuuri ning säilitada puhast kohvikustiili. Fellini kohvik annab igakuiselt esinemisvõimaluse paljudele Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia tudengitele ja nii noortele kui kogenud muusikutele väljaspool Viljandit, samuti tutvustab kohvikumiljões eesti luulet erinevate näitlejate ja luuletajate poolt, kus toob rahva ette poeesiat koos muusikaga ning vestlusega seotult. Samuti pakub lugemiseks ja sirvimiseks raamatuid Viljandi linna kirjanikelt kui ka autoritelt väljaspool Viljandit ja Eestit. Siiani ei ole Viljandi linnas loodud regulaarselt tegutsevat toitumisteemasid puudutavat institutsiooni. Selle koha kavatseb Kohvik Fellin aastal 2013 kindlalt täita, tuues inspiratsiooni oma ala professionaalide näol, kes kostitavad maitseelamuste, loengute, õpitubade ning kursustega.

1.8.1. Sotsiaalmajanduslik mõju

Kohviku toodete tarbimine on tihedalt seotud kultuuriprogrammi külastatavusega. Kultuuriprogramm täidab muidu vaiksema ajana ettenähtud kohvikusaali maksimumilähedaselt. Statistikaameti Loomemajanduse mõju puudutaval teemalehel kirjutab Kutt Kommel, et Euroopas on näha kultuurisektori kaudset positiivset mõju rahvastevahelise integratsiooni edenemisele ning info- ja kommunikatsioonitehnoloogia sektori arengule. Kultuurisektorit on nimetatud loovust käivitavaks jõuks, mis ühtlasi elavdab inimtegevust erinevates regioonides ning paikades (lk 3, 2008). Erinevate seoste kaudu toetab kultuuripoliitika riigi majandust nii otseselt kui ka kaudselt. Majanduskasvu soodustavatele kaudsetele teguritele lisaks mõjutab kultuurisektor majanduskasvu ka otseselt, luues uusi töökohti, elavdades turismi uute (kultuuri-) turismiobjektide loomise ning turismipiirkondade maine tekitamise ja väljapoole tutvustamise teel. Ettevõtte tegevus mõjutab peale põhivaldkonna kultuuri- ja loovtööstust ning teisi seotud tööstusi. (Kommel, lk 4-5, 2008)

Kuna tegemist on väikese mahutatavusega saaliga Viljandi linnas, siis suure mastaabiga mõju kohviku kultuuriprogramm Viljandi linnale ei avalda. Küll aga aitab programm elavdada linna kultuuripilti ning pakkuda vaba aja veetmise võimalust nii linna elanikule kui ka külalisele. Samas toob elava programmiga kohvik linna inimesi, kes otsustavad külastada ka teisi kohvikuid, kasutada majutusteenust, väisata muuseume ja näitusesaale ning kaupluseid.

Majanduslikult saavad otsest kasu kohviku kultuuritegevusest:

- omanik, kes ruume rendile annab;
- Koopiastudio OÜ (plakatid, reklaamtrükiste print)
- helitehnik;
- kujundaja;
- esinejad;
- talunikud, kes esinemiste puhuks värske toorainega varustavad.

Majanduslikult saavad kaudset kasu kohviku kultuuritegevusest:

- linna kultuuriasutused;
- majutusasutused;
- muuseumid;
- kauplused;
- teisi kultuuriteenuseid pakuvad ettevõtjad.

2. KORRALDUSTÖÖ ANALÜÜS

2.1. Ülevaade Fellini kohviku kultuuriprogrammist ajavahemikus veebruar 2013 - aprill 2013

Käesolevas peatükis on kirjeldatud kultuurisündmused, mis leidsid aset Fellini kohvikus ajavahemikus veebruar- aprill 2013. Tegemist on kohviku esimese hooajaga, mille käigus lükati käima muusikaõhtud, luulekohtumised, semiosalong ja maitseelamusõhtud. Programmi koostajaks ning läbiviijaks oli Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia kultuurikorralduse eriala tudeng ning allpool on toodud ära kuude lõikes toimunud sündmused. Kultuuriprogramm on ära toodud lisas 1. Veebruaris leidis aset kuus kontserti, lisaks sai toimuma esimene Semiosalong. Märtsis oli viis kontserti, üks teatraalne raamatuesitlus ning esimene luuleõhtu. Toimuma oleks pidanud ka järjekordne Semiosalong 21.märtsil, kuna aga lektor Katre Pärn otsustas nädal enne, et on tulemas 20.märtsil, siis ei olnud Fellini kohvikus sündmuse toimumine enam võimalik ning koliti teistesse ruumidesse. Aprillikuus oli neli kontserti, lisaks Semiosalong, muusikaline mälumäng, luuleõhtu Doris Karevaga, maitseelamusõhtu ja tantsuline swingireede.

2.2. Meeskond, koostöö ja tegevuste kirjeldus

Kohvikusiseselt oli vajalik tihe meeskonnatöö, kus sündmuste õnnestumiseks ning meeldiva keskkonna loomiseks oli oluline pidev suhtlus kõõgi ja teenindajatega, samuti raamatupidaja ning tegevjuhiga. Meeskonna koostamisel on lähtutud *autentizootilise* organisatsiooni põhimõtetest, kus sõna esimene pool *autentne* tähistab organisatsiooni kontekstis, et juhtkond täidab oma lubadusi ning ühendavaks jõuks on meeskonnani jõudmine visiooni, missiooni, struktuuri ja kultuuri kaudu. Töötajatele ei selgitata ainult, kuidas midagi tehakse, vaid miks seda

tehakse. Seega suudab töötaja anda edasi voogavat tunnet ning tunda end tervikliku ja elavana. (Kets de Vries, lk 256, 2003) Teine sõnapool *zoteetos* tähendab elujõulisust, mis organisatsiooni kontekstis tähendab, et töö annab jõudu ja elavdab. Seega peaks töö võimaldama iseseisvust, algatusvõimet, kompetentsust, loovust, ettevõtlikkust ja töökust. (*Ibid*, 2003) Kui need tingimused on täidetud, saab meeskond saavutada maksimaalse tulemuse ning suudab tegutseda ühise eesmärgi nimel.

Teenindajad pidid teadma, millest teenindust osutatakse sündmuste ajal, köök oli valmis kiiremaks tempoks ning arvestanud saabuvate inimeste hulgaga. Tegevjuhiga kooskõlastati eelarve ja esinejate kava, teenindusjuhiga teenindajate kohaloleku arv ning teeninduse stiil vastavaks sündmuseks. Samuti oli vajalik kontrollida, et ka pakutavat kaupa oleks piisavas koguses ja see oleks kiirelt kättesaadav.

Programmi koostamine algas järgmise kuu planeerimisest, kus vaadati olulisemad kuupäevad, mis ei ühtiks suuremate broneeringutega ega teiste linnas asetleidvate sündmustega, kelle sihtgrupp oleks võinud olla sama kohvikusündmuste külastajate sihtgrupiga. Seejärel sai koostatud esinejate kava ja kuu eelarve. Toimus kokkulepete sõlmimine esinejatega ning räägiti läbi olmelised detailid alates transpordist lõpetades tehnikaga. Planeeriti turundustegevus ning võeti ühendust plakatikujundaja ning helitehnikuga, kellele anti teada järgmise kuu sündmustest. Pärast plakatite valmimist koguti kokku ja koostati iga esineja kohta tutvustav info, mis pandi üles erinevatesse turunduskanalitesse. Aeg-ajalt jälgiti osavõtjate arvu ning broneeringuid, millele toetudes turundust aktiveeriti või jäeti samale tasemele. Sündmuse kätte jõudes toimus saali ettevalmistamine sündmuseks, esineja vastuvõtt, temaga suhtlemine ning pärast hoolitsemine selle eest, et kõik sujus; lisaks külaliste vastuvõtt ning nende küsimustele vastamine. Pärast sündmust toimus esinejate eest hoolitsemine, nende ärasaatmine ning saali korrastamine, samuti kokkuvõtte tegemine ning arutelu tegevjuhiga möödunud sündmuse teemadel.

2.3. Turundus- ja reklaamtegevus

Käesolevat peatükki silmas pidades defineeriks töö autor turundust järgmiselt: "Turundus on kasulike klientide leidmise ja hoidmise ning kasulike kliendisuhete arendamise teadus ja kunst".

(TÜ Majandusteaduskond..., lk 15, 2010). Seega on sihtgrupi jälgimine oma turundustegevuses oluline, et info liikumine oleks efektiivne ning mõjus. Fellini kohvik suunab oma turundust vastavalt sündmusele ning arvestab sihtgrupi käitumist ning erinevate reklaamkanalite kasutamise harjumusi.

Trükimeedia

Trükimeediast kasutab kohvik Fellin ajalehte Sakala. Sakalas ilmuvad igakuiste sündmuste teated rubriigis 24 Tundi, samuti saadetakse need kord kuus ilmuvasse 1Lehte. Igale sündmuse kohta kajastatakse teadet kahel kuni kolmel korral. Piltreklaami vajadust pole siiani sündmuste kajastamisel tekkinud.

Plakatid ja flaierid

Igakuiselt ilmub linnaruumi kultuuriprogrammi kuukava, mis asetatakse linnas üles 15 erinevale stendile (vt Lisa 2). Linna elanike ja külaliste jaoks on stendidel olevad plakatid oluliseks informatsiooniallikaks. Alates juunist on saadaval ka flaier-postkaardid turismibüroos, samuti kultuuriprogramm, et linna külastav turist saaks oma tegevust ette planeerida. Kaugemalt tulnud esinejate puhul on linnaruumis sündmuste plakatid eraldi üles seatud. Kaks nädalat enne kuu algust saadetakse uue kuu kava kujundajale, kes kolme päeva jooksul saadab tagasi tellitud töö, seejärel tehakse korrektuurid ning prinditakse plakatid Koopiastuudio OÜ-s, kuuplakateid prinditakse ca 15 eksemplari suuruses A3. Eraldi sündmuste puhul prinditakse plakateid ca 10, suuruses A4 või A3. Plakatid liiguvad linnaruumis kaks nädalat kuni üks kuu.

Internetiturundus ja otsepostitused

Internetis kõige olulisemaks kanaliks on portaal Facebook, kus ilmuvad sündmused ning selle all sündmuse info. Selle kaudu on võimalik saata kutsed otse inimestele, kes on sündmuse sihtgrupp ning samuti saab umbkaudselt jälgida külaliste arvu, et seega oma turundust aktiveerida või samale tasemele jätta. Facebook'i lehel saab alati lisada täiendavat infot sündmuse kohta.

Kõiki sündmuseid kajastatakse ka Internetilehel Kultuurikava.ee, kuhu lisatakse sündmus teiste keskele, samuti on võimalik sündmust vajadusel esile tõsta kas siis maakonna piires või üle-eestiliselt. Samuti on Kultuurikava.ee oluliseks infoallikaks teistele korraldajatele, kes oma sündmuse planeerides ka selle kanali kaudu teiste tegemisi jälgivad. Internetiportaalidesse info sisestamiseks koostatakse eelmise kuu lõpus tekstid ja leitakse sobivad pildid, vajadusel tehakse Internetiplakat. Sündmus liigub Internetis üks kuni kaks nädalat. Otsepostitused lähevad TÜ

Viljandi Kultuuriakadeemia listi ja nädalakirja, samuti Ugala listi. Juunis 2013 saab valmis Fellini kohviku koduleht, kus kultuurisündmuste infot hakatakse samuti jooksvalt täiendada. Sellega seoses kujundatakse välja Fellini sõprade info list, kuhu saadetakse sündmustega seonduvad infot, eripakkumisi ning uudiseid menüüst ja sooduspakkumisi.

Muud kanalid

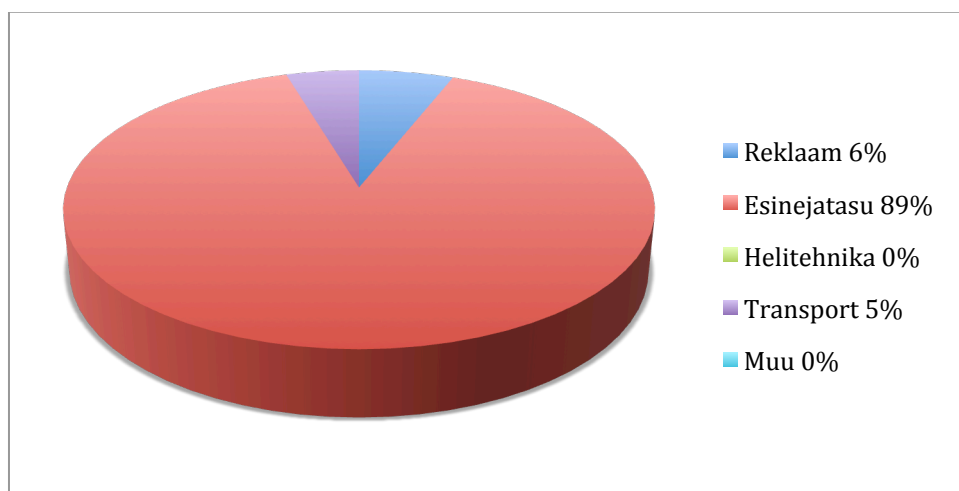
Oluliseks on Viljandi linnas otseturundus, kus info levib kiiresti suusõnaliselt. Kuna nii Interneti- kui trükimeediakanalite kaudu on infot palju, siis osutub otseturundus kõige mõjusamaks vahendiks, kuna põhineb dialoogil kahe inimese vahel ja info vastuvõtmist ei sega muu müra. Kui ilmneb, et sündmusega seotud õhtuks on broneeringuid ning osalejaid vähe, kasutatakse alati otseturundust päevasel ajal kohviku kliente informeerides ja neid otse sündmusele kutsudes.

Samuti on kõik kohvikut reklaamivad elemendid kaudseks reklaamiks ka sündmustele. Kohapeal on Fellini visiitkaardid, juunis lisanduvad flaier-postkaardid ning Sakalasse lisatakse töökuulutused alati logoga. Fellini logo kujutatakse kõikidel reklaamiga seotud objektidel, on ka nii tordi- kui kommikarpidel Fellini tempel. Kuna Fellin on sponsoreerinud erinevaid kultuurisündmuseid Viljandi linnas, on ära nimetatud Fellin ka sündmustel ja logo tehtud nähtavaks.

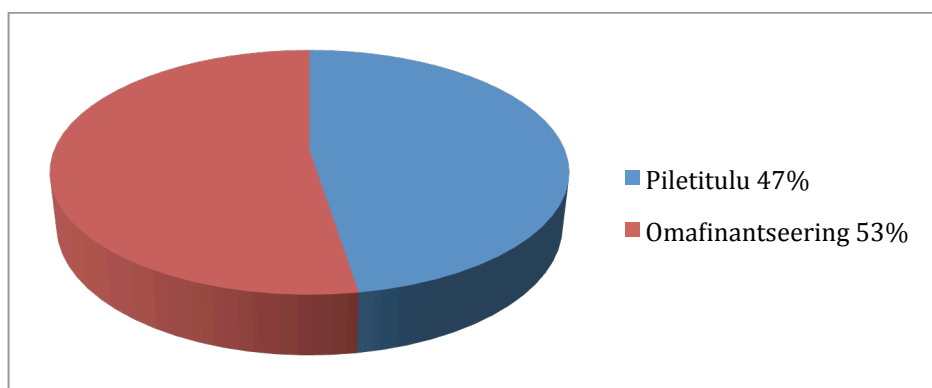
2.5. Eelarve ja selle täitmine

Kõigepealt olgu öeldud, et kuna kohvik Fellin on uus ettevõtte ning esikohal orienteeritud tootmisele, siis pole hetkel veel taotletud raha kultuurisündmuste finantseerimiseks. Hetkel on kohvik võtnud otsuse, et finantseerib vajaminevat summat igakuiselt ise, kuna piletitulu ei kata kõiki kulutusi. Samas on kultuurisündmus kasumlikkuse mõistes oluline osa, kuna täidab kohviku, paneb kliendid tarbima kohviku tooteid ning positiivse emotsiooni korral toob kliendid sündmustevälisel ajal tagasi. Kohvik ei ole kolme kuu jooksul otsustanud fikseerida kindlat eelarvet, kuna erinevad sündmused nõuavad erineva suurusjärguga kulutusi. Küll aga on igakuise eelarve otsustamisel oluline osa omanikul ning arvestatakse hetkel saadavate ressurssidega. Kolme kuu eelarve on lisas 3. Kultuuriprogrammi kulud ei tohi ületada 2,5% eelmise kuu kogukäibest. Kultuurisündmuse kulutused on jaotatud reklaamikulu, esinejatasu, tehnika rendi ja transpordikulu vahel. Siiani on tehnika rent kuulunud esinejatasuga juba kokku,

kuid edaspidi rendime tehnikat ise. Teised kulutused kuuluvad kohviku üldkulude alla. Allpool on toodud ära protsentuaalne tabel kolme kuu kulutuste kohta, kus on näha jaotus kululiikide kohta (vt joonis 2). Lisaks on joonisel 3 näidatud, kui suure osa moodustab piletitulu ja omafinantseering kulude katmisel kultuuriprogrammis.



Joonis 2. Kultuuriprogrammi kulude jaotus kolme kuu lõikes



Joonis 3. Kultuuriprogrammi tulude jaotus kolme kuu lõikes

2.6. Külastatavus

Kohviku kultuuriprogrammi külastatavus on olnud peamiselt maksimumilähedane. Kohvik mahutab 55 inimest ning Semiosalong 30 inimest. Keskmiselt on külastajaid olnud kolme kuu jooksul kultuurisündmuste ajal 37 inimest. Täituvus on kohvikusaalis seega olnud 69,9%.

Allpool on ära toodud tabel (vt tabel 1), kus on näha külastajate arv ja kohviku täitusvusprotsent vastavalt sündmustele.

Tabel 1. Kultuurisündmuste külastatavus ajavahemikus 01.02.2013-30.04.2013

KUUPÄEV	ESINEJA	OSALEJATE ARV	TÄITUVUS (%)
2.02	Kaarel Kuusk	35	63.6
9.02	Ülo Mälgand	40	72.7
14.02	Estonian Voices	40	82.7
15.02	Jungert	50	90.9
21.02	Semiosalong	25	83.3
22.02	Andre Maaker	40	72.7
23.02	Leila Röömel ja Margit Nagel	35	63.6
1.03	Jaani Jaago	45	81.8
8.03	Marilyn Monroe raamatuõhtu	50	90.9
9.03	Ühe Õhtu Kvartett	45	81.8
14.03	RAMM	30	54.5
20.03	Ene Rämmeld (KellaKuueKevadKohv)	10	18.2
23.03	Taavi Toomsalu, Taavet Niller, Kalev Karlson	40	72.7
30.03	Cake Book Trio	45	81.8
5.04	Teet Kaur ja Aare Külama	35	63.6
6.04	Kristjan Ilumäe ja Kalev Karlson	45	81.8
11.04	Semiosalong	5	16.7
11.04	Muusikaline mälumäng	20	36.4
12.04	Jazz'n Motion	40	63.6
18.04	Odd Hugo	55	100
19.04	Joonas Koppeli õhtusöök	30	54.5
24.04	Doris Kareva ja Robert Jürjendal (KellaKuueKevadKohv)	60	125.5
26.04	Swingireede ja The Swinging Band	30	54.5

2.7. Kohvikutegevuse ja kultuuriprogrammi majanduslik seos

Selleks, et lähemalt saada teada, millist kasu toob kultuurisündmuste korraldamine kohvikule, olen võrrelnud kolme nädalapäeva, mil sündmused toimuvad kolme tavapärase kohviku lahtioleku päevaga. Valikud on juhuslikud, kuid kõikide nädalapäevade puhul joondub selgelt välja, et kultuurisündmused mõjutavad kohviku käivet positiivselt olulisel määral.

Tabel 2. Kohviku käibe võrdlus kolme nädalapäeva näitel
(kultuurisündmuse päev ja tavaline lahtioleku päev)

Nädalapäev	Kuupäev	Käive	Päeva liik
Neljapäev			
	14.02	1844.18	Kontserdiga
	20.02	655.66	Tavaline
Reede			
	12.04	1026.35	Kontserdiga
	15.03	1838.34	Tavaline
Laupäev			
	23.03	756.46	Kontserdiga
	2.03	447.23	Tavaline

3. ENESEREFLEKSIOON

Fellini kohviku kultuuriprogramm perioodil veebruar-aprill 2013 läks enamasti plaanipäraselt ja ladusalt. 23 sündmust 24st planeeritust said toimuma, kus ära jäi märtsis toimuma pidanud Semiosalong, kuna lektor ise oma aega otsustas vahetada. Küllastatavus oli paljudel kordadel maksimumilähedane ja tagasiside oli kontsertide järel enamjaolt positiivne. Kuna olin seotud kohvikuga juba selle asutamisajast saati, siis oli mul kindel nägemus ja visioon, milline üks kohvikus toimuv kultuuriprogramm võiks välja näha ja oma visioon oli nüüd võimalus ka teostada. Üheks olulisemaks nüansiks, mida korraldajana olen pidanud suutma lisaks tavalisele kordaminemisele luua, on atmosfäär vastavalt sündmusele. See on miski, mis eristab paljusid teisi sündmuspaiku võrreldes kohvikuga, kus meeleolu luuakse toidu, jookide, interjööri, inimeste ja sündmuse sünergias. Ühest küljest on olnud enda teostamine puhas rõõm, teisalt jällegi väga palju energiat nõudev, kuna vastutustunne ning uue koha loomisega seonduvad pisidetailid on võtnud eeldatust kordades rohkem aega teiste eluaspektide arvelt.

3.1. Korraldustöö ladusus

Kultuuriprogrammi kavaga võib üldjoontes rahule jääda. Ometigi esines ka siin pisemaid viperusi ja oli ka hetki, kus vigu ehk polnud leidagi. Kokkulepped esinejatega toimusid ja ka kohale jõudsid kõik esinejad õigeaks ajaks. Samuti olid kirjavahetused ja telefonikõned ning hilisem suhtlemine meeldiv ning ladus. Kultuuriprogramm jõudis õigeaks ajaks igal kuul valmis saada ning samuti jõudis kujundaja oma töö õigeaegselt valmis. Algul oli korraldajal raske oma arvamuse tugevalt väljaütlemisega ja oma nägemuse sõnastamisega erinevates punktides, mis puudutasid kujundust ja stiili, kuid hiljem koostöö ühtis ning hakkas üha paremini sujuma.

Saal oli õigeaks ajaks valmis pandud ning alati oli uksele keegi, kes inimesed vastu võttis ning õigesse lauda juhatas. Teenindustöö oli planeeritud nii, et see ei segaks esinejaid ega kohalviibijaid sündmuse ajal. Vahel oli aga keeruline, eriti vaiksemate ja intiimsemate

kontsertide ajal tekitada täielikku vaikust, kuna kohviku asukoht meelitas ligi inimesi igal ajal, mis tähendab, et hoolimata väljasolevatele siltidele ei pruugi kohvikusse siseneja olla teadlik toimuvast sündmusest ning soovib einestada ja ei arvesta teiste klientidega, kes hetkel on tulnud kultuurisündmust nautima. Seda vältides on kultuuriprogramm üha enam koostatud sedasi, et ka juhukülastaja saaks piinlikkust tundmata kohvikusse sisse astuda ja nautima jääda. Samas, et esineja ka end vabalt tunneks hoolimata klientide vabast liikumisest. Seega on esinejad teinud oma kavad veidi vabamas vormis ning karismaatilisemad on alati ka "muidusööjad" kuulama meelitanud.

Koha ja võib isegi öelda, et korraldustöö tugevuseks on see, et esinejad ise soovivad kohvikus üles astuda. Kui esimesed kuud oli vaja pidevalt otsida ning esinejaid ise kutsuda, siis aprillist olid juba kuuldused meedivast kontserdipaigast ning personalist niivõrd kaugele levinud, et kultuuriprogramm täitus suurema vaevata ise. Siiski tasub meeles pidada, et kohvikusse ei sobi igasugune muusika ega esinemisetteasted, seega on oluline kontrollida esineja tausta, esinemiskogemusi ning eelnevalt põhjalikult veenduda sobivuses vastavale kohale ja ajale. Aprilli lõpus toimunud swingireedel leidis aset veidi ebameeldiv intsident, kus tantse õpetama tulnud treener ei olnud eelnevalt kohvikuga kooskõlastanud tema 16 stuudiolapse esinemist Fellini ruumides ning sellest vahetult teada saades ning mõistes, et see kava ei sobi antud sündmusega, ei olnud enam võimalik midagi muuta ning esinemine (küll ainult üks etteaste) ikkagi toimus. Oleksin korraldajana pidanud enne ka treeneriga vahetult kohtuma, et kava suuliselt läbi arutada, siis oleks saanud väikeste preilide esinemist õhtusel kohvikusündmusel juba eos vältida.

Visiooniks on olnud, et kohvik oleks koht, kuhu inimesed saaksid tulla igal ajal ning toit ei oleks ainus elamus, millega nad pärast lahkuksid. Kolme kuuga on kohvik suutnud tekitada harjumuse nädalavahetustel aset leidva elava muusika osas, mida laudade broneerimisel tugevalt arvesse võetakse. Edukaks osutunud Maitseela(b)mus toiduõhtu sai ka niivõrd menukaks, et pikisilmi oodatakse juunikuus väisavat külalist.

3.2. Tulevikuvisioonid korraldajana

Siiani on kohvik ise kultuuriprogrammi rahastanud, kuid sügisest tuleb leida luuleõhtutele ja toiduklubi sündmustele rahastust muudest vahenditest. Selleks on ilmselt oluline luua oma MTÜ, mille eesmärgiks saab olema kohvikukultuuri edendamine läbi kultuurisündmuste ja toidukultuuri edendamise. Samuti pole välistatud, et kohvikut ja kultuuri ühendavad ettevõtmised jõuavad ka laiemasse linnapilti.

Kuna tegemist on kohvikuga, kus on 50 istekohta, siis on suuline tagasiside tihe ning vahetu. Mõtteid on liigutatud ka kirjaliku väikese rahuloluuuringu teemadel, kuid kui tahtes jätta meeldivat elamust ja õhkkonda, siis näen, et külastajatel oleks ebameeldiv hakata vastama küsimustele kirjalikult. Majas on olemas teenindajad ning enamjaolt ka programmijuht, kokad ning kohviku omanik, kellele on võimalik pidevalt tagasisidet anda, ettepanekuid teha. Ka on Fellini kohviku töötajale oluline tagasisidet saada. Kohvikul on plaanis sügiseks soetada parem kohapeal olev helitehnika, mis kataks elementaarsed vajadused heli võimendamisel kontsertide ajal. Lisaks on vajalik leida paremad lahendused valgustusele ja teha selleks vajalikud investeeringud, et see mitte ainult kohviku interjööri, vaid ka esinejaid toetaks ja paremini esile tõstaks.

Korraldajana olen nii kultuuriprogrammiga tegeledes kui ka kohviku üldises käekäigus osaledes saanud rakendada koolist omandatud teadmisi peaaegu täies mahus. Olen kirjutanud valmis mitu äriplaani ning saanud ka nendele rahastust, samuti õppinud koostama eelarveid ning nendest kinni pidama. Lisaks oman ülevaadet korraldustöö erinevatest protsessidest ning ettevõtet ja kultuuri puudutavatest õiguslikest regulatsioonidest, mis kohvikutöös on suureks abiks olnud. Kool on andnud palju kontakte ning julguse ja oskused läbi viia seda, mis tundub oluline ning hingelähedane. Tugevaimaks küljeks olen pidanud lõputöö läbiviimisel julgust teha endale meeldivaid sündmusi, samuti turundusega seonduvaid tegevusi.

Korraldajana näen aga, et veel on vajalik luua kontakte, õppida olema efektiivsem, teha rohkem väiksema energiakuluga ning leida enam tasakaalu töö, kodu ja inspiratsiooniallikate vahel, kus erinevad komponendid pigem täiendaksid, mitte ei oleks üksteisele takistuseks. Tulevikus on kindlasti soov jätkata samal alal, ühendades nii kohvikut kui kultuuri ja selle läbi kohvikukultuuri edendada.

KOKKUVÕTE

Veebruaris 2013 sai Fellini kohvikus pandud alus regulaarsele kultuuriprogrammile, mis kestab tänase päevani (mai 2013). Kohvik pakkus klientidele lisaks tavapärasele toidu ja joogiga kostitamisele killukest kultuuri muusika, kirjanduses, kunsti ja luule vallast ning on sellise tegevusega asunud edendama Viljandi kohvikukultuuri.

Kultuuriprogrammis leidis aset 23 sündmust, millest 17 olid kontserdid. Alguse said luuleõhtute sari, semiootikasalong ja maitseelamuste õhtud. Sündmuste külastatavus on enamasti olnud maksimumilähedane ning sündmused olid oodatud ja hinnatud külastajate poolt, mida näitas suuline ja kirjalik tagasiside ning sündmustele varajane broneerimine ja täituvus. Olulisimateks koostööpartneriteks olid TÜ Viljandi Kultuuriakadeemia tudengid ja õppejõud, aga ka Ugala teater, Eesti Semiootika Selts ning Eesti Kulinaaria Instituut. Kolme kuu jooksul külastas ühte sündmust keskmiselt 37 inimest, mis teeb keskmiseks täituvuseks 69,9%. Kohviku käive sündmuste ajal oli keskmiselt 50,1% suurem kui tavapäevadel.

Kolme kuu kultuuriprogrammi läbiviimine on aidanud rakendada loengutes läbiviidud teoreetilist materjali ning andnud uusi kogemusi, mis on olnud õpetlikud ning on abiks edaspidises töös kultuurikorraldaja ja programmijuhina. Selle perioodi vältel on mul tekkinud uuem ja veel selgem visioon, kuidas tulevikus kohvikut ning kultuuri paremini ühendada ning selle läbi Viljandi kultuuri- ja kohvikuelu rikastada.

KASUTATUD KIRJANDUS

1. *Eesti Kulinaaria Instituudi ühingust*. Eesti Kulinaaria Instituudi koduleht. www.kulinaaria.ee/, (15.05.2013)
2. Hay, L. E. 1989, Accounting for governmental and nonprofit entities. 8th ed. Homewood: Irwin
3. Hovi, K. 2003. *Kuld Lõwi ja Kultase ajal: Tallinna restoranikultuuri ajalugu 1918-1940*. Varrak.
4. Kets de Vries, M. 2013. *Autentizootilised organisatsioonid*. Juhtimise müstika. Pegasus.
5. *Kohvikukultuurist*. Coffeetea info koduleht. <http://www.coffeetea.info/ee.php?page=topics&action=article&id=690/>, (15.05.2013)
6. Koppel, M. 2002. *Ilma näota Tallinn*. Nr. 2. Kultuur ja Elu.
7. Melin, G. 2012. Fellini Kohvik OÜ äriplaan.
8. Salla, S. 2004. *Projekti ettevalmistamine*. Täiendav lonegumaterjal projektijuhtimise eriala üliõpilastele. Tallinn: TPÜ Kirjastus.
9. TÜ Majandusteaduskond. 2010. Teadlik Turundus. Tartu: TÜ Kirjastus.
10. Vende, V. 1996. *Tallinna kohvikud*. Tallinn: Akadeemia trükk.
11. Vihalem, A. 2003. Turunduse alused. Tallinn: Külim.
12. *Viljandi linna kultuurivaldkonna arengukava aastateks 2008-2015*. Viljandi linna koduleht. http://www.viljandi.ee/et/c/document_library/get_file?uuid=fd23279c-5464-4bf4-896f-c98d2215683c&groupId=22735/, (15.05.2013)
13. *Viljandi linna arengukava aastateks 2012-2016*. Viljandi linna koduleht. http://www.viljandi.ee/et/c/document_library/get_file?uuid=dc8349ec-a972-4ffa-acf0-585b549f8864&groupId=22735/, (15.05.2013)
14. Õunapuu, L. 2002. *Üliõpilaste kirjalikud tööd. Metoodiline juhend*. Viljandi: Viljandi Kultuurikolledž.

LISAD

LISA 1: Fellini kultuuriprogramm ajavahemikus veebruar-aprill 2013

Veebruaris astusid üles:

- 2. veebruaril kell 20:00 pianist ja helilooja Kaarel Kuusk klaveril;
- 9. veebruaril kell 20:00 pianist ja kontsertmeister Ülo Mälgand klaveril;
- 14. veebruaril kell 19:00 jazzmuusika vokaalansambel Estonian Voices;
- 15. veebruaril kell 20:00 TÜ Viljandi Kultuuriakadeemiast sirgunud bänd Jungert;
- 22. veebruaril kell 20:00 kitarrivirtuoos ja helilooja Andre Maaker;
- 23. veebruaril kell 20:00 pianist Leila Röömel ning lauljatudeng TÜ Viljandi Kultuuriakadeemiast (kes ühtlasi on ka kohviku töötaja) Margit Nagel.

Lisaks sai toimuma esimene Semiosalong, kus kõneles biosemiootik ja kunstnik Andrus Laansalu.

Märtsis leidsid kohvikus aset:

- 1. märtsil kell 20:00 TÜ Viljandi Kultuuriakadeemia pärimusmuusika tudengi Jaan Jaago esinemine kitarril;
- 8. märtsil kell 20:00 Marilyn Monroe "Fragmendid" raamatuesitlus teatraalses võtmes, kus raamatu üks tõlkijatest Katrina Karu (Fellini kohviku töötaja) rääkis raamatu saamisloost ning kohal oli ka "Marylin Monroe" ise, keda kehastas Margit Nagel. Lisaks kõlasid muusikaliste vahepaladena filmistaari kuulsaks lauldud viisid;
- 9. märtsil kell 19:00 EMTA Lavakunstikateedrist sirgunud ansambli Ühe Õhtu Kvartett ülesastumine;
- 14. märtsil kell 20:00 Rakvere Teatri Meeskvarleti RAMM "Unelaulude" õhtu;
- 20. märtsil kell 18:00 KellaKuueKevadKohv luulekohtumiste sarja avalööök, kus Artur Alliksaare luulet luges näitleja Ene Rämmeld. Muusikaga kostitasid kitarrist Jan Viileberg,

pianist Marge Loik ja harfimängija Kaisa Nõges. Vestlust modereeris näitlejatudeng Kaarel Targo;

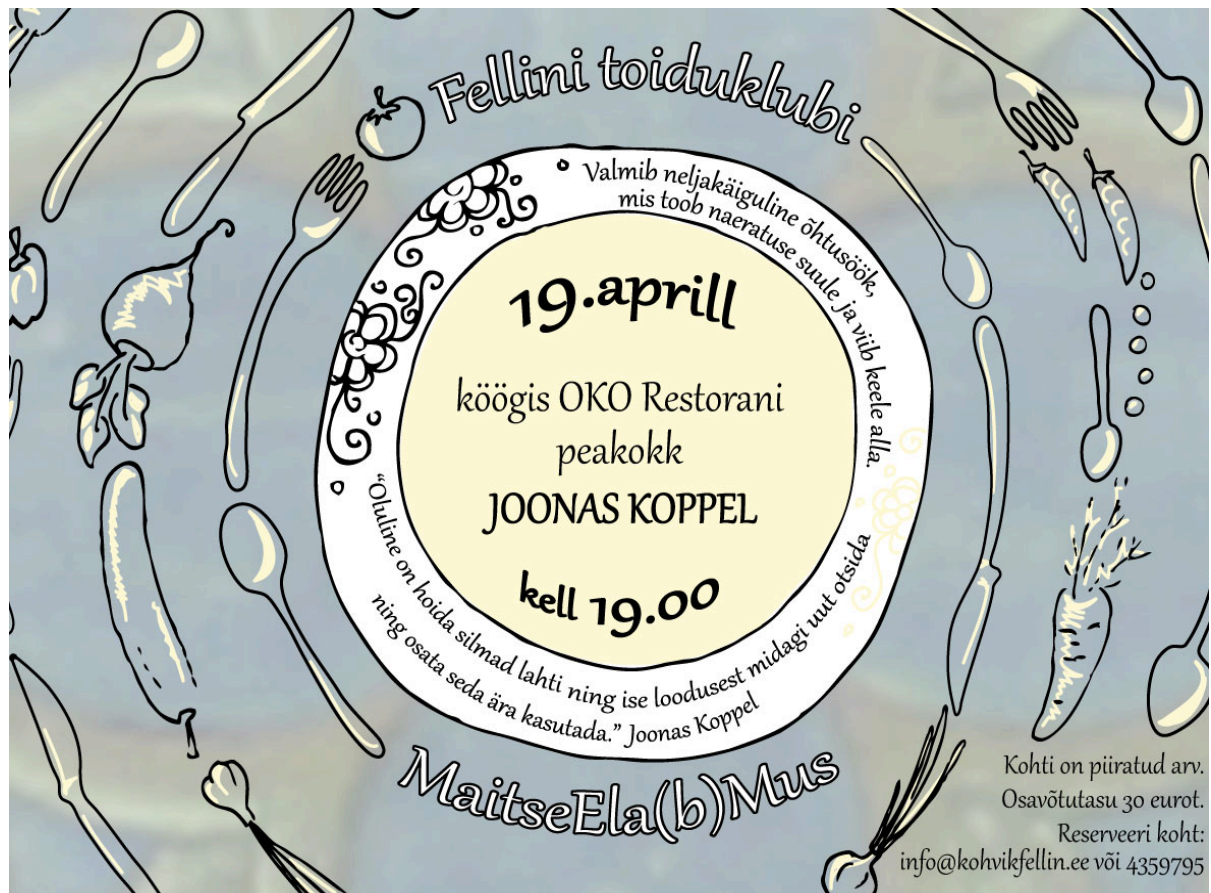
- 23. märtsil kell 20:00 TÜ Viljandi Kultuuriakadeemia trio Taavi Toomsalu saksofonil, Kalev Karlson kitarril ja Taavet Niller kontrabassil;
- 30. märtsil kell 20:00 TÜ Viljandi Kultuuriakadeemiast pärit Cake Book Trio, mille koosseisus jazzlaulja Eva-Lotta Vunder, kitarrist Harri Heinsoo ja kontrabassimängija Sander Kahu.

Toimuma oleks pidanud ka järjekordne Semiosalong 21. märtsil, kuna aga lektor Katre Pärn otsustas nädal enne, et on tulemas 20. märtsil, siis ei olnud Fellini kohvikus sündmuse asetleidmine enam võimalik ning koliti teistesse ruumidesse.

Aprillikuus esinesid:

- 5. aprillil kell 20:30 pianist Aare Külama ja laulja Teet Kaur;
- 6. aprillil kell 20:30 TÜ Viljandi Kultuuriakadeemia jazztudengid. Laulis Kristjan Ilumäe ning kitarril saatis Kalev Karlson;
- 11. aprillil kell 18:00 Semiosalongiga seoses musikoloog Katri Maimets-Volt. Semiosalong toimus Muusikatriaadi raames ning sellele järgnes Muusikaline mälumäng, mida korraldas Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia;
- 12. aprillil kell 20:00 jazzansambel Jazz'n Motion, kus koosseisus laulja Liina Saar, kontrabassist Ara Yaralyan, trummar Tõnu Tubli ning kitarrist Jaan Jaanson;
- 18. aprillil kell 20:00 unikaalset indie-muusikat viljelev Odd Hugo;
- 19. aprillil kell 19:00 toimus esimene Maitseela(b)mus sarjast toiduklubiõhtu, neljakäigulise õhtusöögi valmistas OKO restorani peakokk Joonas Koppel teemal "Annid loodusest";
- 26. aprillil kell 20:00 Viljandi Swingireede transtutrupp. Toimus ka tantsusammude ettenäitamine ning üles astusid kaheksa TÜ Viljandi Kultuuriakadeemia muusikut, kes esitasid tantsuks sobivaid lugusid 30ndatest ja 40ndatest.

LISA 2: Kultuuriprogrammi plakati- ja kavanäide



KOHVIK FELLIN APRILL



R 05. aprill kell 20.30 Aare Külama - klaver
Teet Kaur - vokaal annetuspilet

L 06. aprill kell 20.30 Kristjan Ilumäe - vokaal
Kalev Karlson - kitarr annetuspilet

N 11. aprill kell 18 ☯ Semiosalong musikoloog
Kaire Maimets-Volt priipäase

R 12. aprill kell 20 Jazz'n Motion Liina Saar, Ara Yaralyan,
Jaan Jaanson, Ahto Abner annetuspilet

N 18. aprill kell 20 ODD HUGO 5€/3€

R 19. aprill kell 19 Fellini toiduklubi MaitseEla(b)Mus peakokk Joonas Koppel
(Restoran Oko)

R 26. aprill kell 20 Viljandi Swingireede & The Swinging Band
sissepääs koos kursusega 3€

Kohvik Fellin avatud T,K,N 11-22 R,L 11-24 P 11-17

Kauba 11/Tasuja plats 1, Viljandi info@kohvikfellin.ee 435 9795

LISA 3: Kultuurisündmuste kolme kuu tegelik eelarve

VEEBRUAR 2013				
KULUD			TULUD	
Esinejatasud	1255		Piletitulu	520
Reklaam			Omafinantseering	890.18
Plakatite print	18.38			
Kultuurikava esiletõstmistasu	30			
Plakati kujundusteenus	20			
Reklaam 24h	12.8			
Transport	74			
Helitehnika	0			
KOKKU:	1410.18		KOKKU:	1410.18

MÄRTS 2013				
KULUD			TULUD	
Esinejatasud	900		Piletitulu	255
Reklaam			Omafinantseering	805.99
Plakatite print	47.99			
Plakati kujundusteenus	45			
Reklaam 24h	8			
Transport	60			
Helitehnika	0			
KOKKU:	1060.99		KOKKU:	1060.99

APRILL 2013				
KULUD			TULUD	
Esinejatasud	1580		Piletitulu	1210
Reklaam			Omafinantseering	534.54
Plakatite print	38.74			
Plakati kujundusteenus	45			
Reklaam 24h	20.8			
Transport	60			
Helitehnika	0			
KOKKU:	1744.54		KOKKU:	1744.54

SUMMARY

My work, **Café Fellin's cultural program during period of February-April 2013** includes two parts: 1) organizing the event program at the café; 2) reflecting my work and myself as an organizer.

Since February 2013, Café Fellin has offered a regular cultural program. In addition to food and drink, the café enriches its clients' experiences with music, literature, art, and poetry, all as part of a greater effort to develop and advance Viljandi's café culture.

To date, 23 events have taken place, 17 of which were music concerts. Poetry readings, semiotics lectures, and master chef food tasting events have also occurred. Most of these events were well attended, and our visitors have come to expect and value these happenings. They have shown this enthusiasm not only via verbal and written feedback, but also by making early bookings. Some of our most important partners so far have been the University of Tartu's Viljandi Culture Academy, Ugala Theater, the Estonian Semiotics Association, and the Estonian Culinary Institute. On average, 37 people attend each event, more than two-thirds of the café's capacity. Café sales during events were approximately 50 percent higher than on normal days.

Organizing these events over the past few months has complemented our program's theoretical material and lectures with real-world experience. It has been instructive and should aid me in my future role as a cultural organizer and program manager. During this period, I have developed a new, clearer vision of how developments in café culture can enrich the overall quality of cultural life in Viljandi.

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Gea Melin
(sünnikuupäev: 22.11.1986)

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose
Fellini kohviku kultuuriprogramm perioodil veebruar – aprill 2013 ,
(lõputöö pealkiri)

mille juhendaja on Kristiina Alliksaar,
(juhendaja nimi)

- 1.1.reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
- 1.2.üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Viljandis, **17.05.2013**